

Наринэ БАГМАНЯН:

«Перезаформатироваться должен каждый»

С 30 мая по 1 июня на Международной выставке «Мясная промышленность. Куриный Король. Индустрия холода для АПК / MAP Russia & VIV 2023» и саммите «Аграрная политика России: безопасность и качество продукции» в очередной раз соберутся специалисты АПК из разных стран. Неизменно высокий уровень организации мероприятий, актуальность и насыщенность деловой программы – заслуга выставочной компании «Асти Групп» и ее президента, профессионала в своем деле Наринэ БАГМАНЯН. В интервью Наринэ Робертовна рассказала об обновленной концепции выставки и о том, почему сегодня особенно важно уметь продвигать свою продукцию.



— Наринэ Робертовна, вы всегда идете в ногу со временем. Какой выставка предстанет перед посетителями в нынешнем году?

— В 2023 г. мы обновили концепцию с учетом запросов рынка. Выставка еще глубже раскроет самые тонкие вопросы отрасли: в области генетики, цифровизации производства, упаковки, маркировки, логистики и многого другого. Особое внимание уделим теме выпуска качественной, безопасной мясной продукции и развития постоянного спроса на нее.

Будут организованы 20 тематических разделов, круглые столы, обучающие семинары по использованию систем отслеживания безопасности продукции от поля до прилавка, консультации юристов, экономистов и специалистов по кредитованию в АПК.

Поставлена задача выделить раздел «Индустрия холода для АПК» в отдельную выставку. Работаем над реализацией этой идеи и постараемся воплотить ее в жизнь в ближайшее время.

— Расскажите, пожалуйста, как проходит подготовка к мероприятиям? Возникают ли трудности, связанные с новыми условиями?

— Наша компания с 2001 г. проводит выставку в России, с 2004 г. — в партнерстве с VIV Worldwide. В 2008 г. VIV Europe впервые прошла в Москве, а не в голландском Утрехте. Безусловно, европейские производители составляли костяк экспонентов на выставке. Сейчас мы переориентировались на компании из других стран, например

из Аргентины, Бразилии, Индии, Китая, Турции. Некоторые европейские фирмы смогли сохранить мощности и коллективы в России, перерегистрироваться и продолжить работу. Реальность оказалась намного лучше, чем можно было предполагать.

Мы приложили все силы для того, чтобы внести свой вклад в выполнение поставленной государством задачи по импортозамещению. Учли запросы Министерства сельского хозяйства РФ, Россельхознадзора, крупнейших сельхозпроизводителей. С помощью Минсельхоза России мы составили и разослали письма в адрес атташе по сельскому хозяйству в разных регионах мира и получили от них списки компаний, которые готовы предложить нашему рынку необходимое оборудование, программное обеспечение. Откликнулись 27 поставщиков из Турции, почти столько же из Китая, будут участвовать компании из Индии, Ирана, Таиланда. Выставка, как и прежде, останется международной. Очень надеюсь, что сможем помочь нашим производителям заполнить пробелы, возникшие после ухода с рынка ряда компаний. Конечно, пока удалось заместить не все позиции. Не хватает поставщиков некоторых кормовых добавок, витаминов, но я уверена, что аналоги найдутся.

— Как вы считаете, есть надежда на возвращение западных компаний в Россию?

— Есть хорошее предчувствие, что европейские компании, которые оставили своих представителей в нашей стране, продолжают работать здесь. Каждый бизнесмен считает свои деньги. Крупные компании понимают, что нецеле-

сообразно уходить с рынка, в который вложены огромные средства. Когда-то производителям из Индии, Китая, Турции было сложно конкурировать в России с европейскими поставщиками, пришедшими на наш рынок раньше. Сейчас у них есть шанс занять освободившиеся ниши. Иногда можно столкнуться с предвзятым мнением о качестве китайского или турецкого оборудования. На такие опасения есть простой ответ: тщательно делайте выбор, не покупайте плохое, покупайте хорошее! Качественную продукцию можно найти и в Китае, и в Турции. Ни для кого не секрет, что даже оборудование европейских марок зачастую производят в Китае.

— **На чем в этот раз будет сделан акцент в деловой программе?**

— Деловая программа тоже будет скорректирована с учетом новых запросов. Долгие годы основными направлениями для нас были производство и переработка продукции животноводства. Мы проводим выставку 22 года и за это время привели на российский рынок много инновационных компаний, предлагающих современное оборудование для предприятий птицеводства, свиноводства и других подотраслей. В нынешнем году акцент будет сделан на продвижении продукции. Эта тема пройдет красной нитью во всех докладах.

Кроме этого, на трехдневном саммите «Аграрная политика России: безопасность и качество продукции» будут рассмотрены вопросы переработки мяса в России, потребительского спроса, влияния цифровизации на качество и стоимость продукции, финансирования отрасли, государственной поддержки, инноваций в ретейле.

— **Наринэ Робертовна, почему именно сейчас умение продвигать продукцию становится столь актуальным?**

— Сегодня очень важно быстро переориентироваться в соответствии с запросами времени. Необходимо не только оптимизировать производство, но и уметь продвигать свой продукт. В частности, мы сделаем акцент на работе с торговыми сетями. Если не представить и не прорекламировать товар грамотно, продать его будет сложно. Почему в России, где традиционно разводили овец и кроликов, меньше стали это делать в промышленных масштабах? Нет спроса, потому что людям не рассказывают о преимуществах мяса этих животных, о том, как его готовить. Развитие маркетинга — одна из главных задач для российских производителей, в этом я согласна с известным экспертом мясной отрасли Мушегом Мамиконяном, который не раз говорил о важнейшей роли глубокой переработки и качественной упаковки продукции для ее продвижения и реализации.

«Мясная промышленность. Куриный Король. Индустрия холода для АПК / MAP Russia & VIV» — это профессиональная выставка для производителей, и она принципиально отличается от выставки, например, для ретейлеров. Здесь профессионалы демонстрируют продукцию профессионалам. Представлены товары для всей цепочки производства: от ветеринарных препаратов и кормов до оборудования для переработки и упаковки мяса и яйца.

— **Такие инструменты продвижения на выставке, как площадки Round Table Area и Discover Russian Cuisine, по-прежнему в программе?**

— В этом году Round Table Area будет выполнять роль площадки для переговоров, где каждая компания получит

возможность наилучшим образом представить свою продукцию, воспользоваться помощью переводчика.

Сейчас мы ведем переговоры с производителями мяса, чтобы организовать площадку Discover Russian Cuisine для продвижения мясной продукции. Когда посетители видят, как профессиональный шеф-повар готовит блюда из мяса, и имеют возможность их продегустировать, это оказывает очень сильное воздействие. Такой формат используют на многих крупных зарубежных выставках, поэтому мы будем возвращаться к своей традиции в соответствии с концепцией выставки: от поля до стола.

— **Вы не устаете повторять, что к выставке необходимо готовиться и самим экспонентам (многолюдно на стендах бывает только в этом случае). Какие советы вы дадите участникам?**

— Чтобы максимально эффективно провести три дня выставки, обязательно нужно готовиться и планировать встречи заранее. Это важно и для экспонентов, и для посетителей. Экспонентам стоит рассылать приглашения действующим и потенциальным партнерам. Гостям необходимо продумать свой маршрут, решить, что для них наиболее актуально. На выставку приедет много новых компаний, с которыми захочется познакомиться, но всегда найдется что обсудить и с давними партнерами. Мы поможем организовать и провести встречи, предоставим площадку и переводчиков, но нужно заранее прислать нам информацию о своих потребностях и планах.

— **Наринэ Робертовна, насколько устойчиво, на ваш взгляд, сегодня функционирует российский агропромышленный комплекс и какие у него перспективы?**

— Сегодня уже видно, что производители и потребители в целом приспособились к новым условиям. Можно надеяться, что покупательная способность населения не упадет. Государство поддерживает малоимущих, семьи с детьми и другие слабозащищенные слои населения. Все происходит правильно. Важно не останавливаться на этом пути. Необходимо продолжать поддерживать компании, которые хотят запустить производство на нашем рынке, намерены регистрировать новые ветеринарные препараты и другие продукты.

Мы всегда рады оказать поддержку всем, кто в этом нуждается. Предоставить преференции новым компаниям, сделать скидки, поделиться связями. «Асти Групп» располагает самой обширной базой данных поставщиков для всех секторов производства. Мы с радостью поможем освоиться на рынке или найти необходимых поставщиков. Отрадно, когда можешь рассчитывать на ответную лояльность партнеров. Она нам очень нужна. В непростые времена нет ничего важнее взаимной поддержки.

Большой труд — собрать вместе все крупнейшие компании, но собираться сегодня нужно непременно. Никакие дистанционные технологии не заменят личного общения. Мы часто приглашаем практиков поделиться опытом, предлагаем участникам задавать вопросы, вносить предложения. Сейчас каждый должен ощутить свою ответственность за наше будущее и переформатироваться: подходить к своей работе более осознанно. Если каждый человек будет добросовестно трудиться для достижения общей цели, мы преодолеем все.

— **Спасибо за беседу, Наринэ Робертовна. Желаем выставке и впредь успешно выполнять свою миссию!**

ЖР

Фото А. Замараева